

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
«Ужгородський національний університет»

ЗАТВЕРДЖЕНО
Протокол Вченої ради
ДВНЗ «Ужгородський
національний університет»
04. 03. 2024р. № 3

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

«Маркетинг»



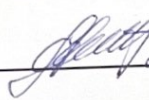

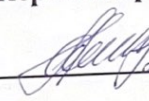
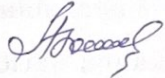
другого (магістерського) рівня вищої освіти
за спеціальністю 075 «Маркетинг»
галузі знань 07 «Управління та адміністрування»
Кваліфікація: магістр маркетингу

УВЕДЕНО В ДІЮ

Наказ ректора ДВНЗ
«Ужгородський національний
університет»
18. 03. 2024 р. № 229/01-04

Ужгород – 2024

АРКУШ ПОГОДЖЕННЯ
освітньо-професійної програми
«Маркетинг»

1. Ректор  Володимир СМОЛАНКА

04.03.2024р.
2. Гарант освітньо-професійної програми
 23.02.2024р. Олена ЗАРІЧНА
3. Декан факультету історії та міжнародних відносин
 Віталій АНДРЕЙКО
23.02.2024р.
4. Керівник робочої групи
 23.02.2024р. Олена ЗАРІЧНА
5. Начальник навчальної частини  Анатолій ШТИМАК
24.02.2024р.

ПЕРЕДМОВА

Освітньо-професійна програма розроблена робочою групою кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «Ужгородський національний університет» у складі:

1. *Зарічна Олена Володимирівна* - доктор економічних наук, доцент, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ» - гарант та керівник освітньої програми;

2. *Жуков Святослав Августович* - доктор економічних наук, професор, старший науковий співробітник, професор кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

3. *Дюгованець Олеся Михайлівна* - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ», завідувачка кафедри;

4. *Бондаренко Вікторія Михайлівна* - кандидат економічних наук, старший науковий співробітник, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

5. *Курей Оксана Андріївна* - кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри бізнес-адміністрування, маркетингу та менеджменту ДВНЗ «УжНУ»;

Під час розробки освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 Маркетинг галузі знань 07 Управління та адміністрування враховано:

1. Закон України «Про вищу освіту», Національна рамка кваліфікації, Національний класифікатор професій України.

2. Чинний стандарт вищої освіти за спеціальністю 075 «Маркетинг» для другого (магістерського) рівня вищої освіти, затверджений наказом Міністерства освіти і науки України № 960 від 10.07.19р. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf>

3. Положення про порядок розроблення, моніторинг та періодичний перегляд освітніх програм у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет». URL: <https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22968>

4. Аналіз ринку праці та обговорення пропозицій від стейхолдерів.

5. Аналіз аналогічних ОП зарубіжних та вітчизняних ЗВО під час формування ОП.

1. Профіль освітньої програми «Маркетинг» зі спеціальності 075 Маркетинг

1-Загальна інформація	
<i>Повна назва вищого навчального закладу та структурного підрозділу</i>	Державний вищий навчальний заклад «Ужгородський національний університет» Факультет історії та міжнародних відносин
<i>Ступінь вищої освіти та назва кваліфікації мовою оригіналу</i>	Ступінь вищої освіти: магістр Освітня кваліфікація: магістр маркетингу
<i>Офіційна назва освітньої програми</i>	Маркетинг
<i>Тип диплому та обсяг освітньої програми</i>	Диплом магістра, одиничний, 90 кредитів ЄКТС Термін навчання 1 рік і 4 місяці. Мінімум 35% обсягу освітньої програми має бути спрямовано для здобуття загальних та спеціальних (фахових) компетентностей за спеціальністю, визначених Стандартом вищої освіти.
<i>Наявність акредитації</i>	Освітня програма впроваджена у 2024 році
<i>Цикл/рівень</i>	Національна рамка кваліфікацій України - 7 рівень, FQЕНЕА - другий цикл, EQF-LLL – 7 рівень.
<i>Передумови</i>	Наявність диплома бакалавра, спеціаліста, магістра Умови вступу визначаються «Правилами прийому до ДВНЗ «Ужгородський національний університет».
<i>Мова(и) викладання</i>	Українська
<i>Термін дії освітньої програми</i>	До чергового перегляду
<i>Інтернет-адреса постійного розміщення опису освітньої програми</i>	http://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/15068
2-Мета освітньої програми	
Професійна підготовка висококваліфікованих фахівців з маркетингу, які володіють сучасним управлінським, економічним та інноваційним маркетинговим мисленням, відповідними компетентностями, які здатні розв'язувати складні задачі і вирішувати проблеми в сфері маркетингу, у процесі навчання та професійній діяльності; соціально-відповідально діяти та приймати ефективні управлінські маркетингові рішення в межах підприємств різних галузей економіки в контексті збалансованої інтеграції освітнього процесу, наукових досліджень та практичної підготовки.	
3-Характеристика освітньої програми	
<i>Предметна область (галузь знань, спеціальність, спеціалізація (за наявності))</i>	07 Управління та адміністрування; 075 Маркетинг Об'єкт вивчення: маркетингова діяльність як форма взаємодії суб'єктів ринкових відносин для задоволення їх економічних та соціальних інтересів. Цілі навчання: підготовка фахівців, які володіють сучасним економічним мисленням та відповідними компетентностями, необхідними для вирішення проблем і розв'язання складних задач маркетингової діяльності, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризуються невизначеністю умов і вимог. Теоретичний зміст предметної області: суть маркетингу як сучасної концепції управління бізнесом; понятійно-категорійний апарат, принципи, функції, концепції маркетингу та їх історичні передумови; специфіка діяльності ринкових суб'єктів у різних сферах та на різних типах ринків; зміст маркетингової діяльності, розроблення маркетингових стратегій та формування управлінських рішень у сфері маркетингу. Методи, методики та технології: загальнонаукові та спеціальні методи, професійні методики та технології, необхідні для забезпечення ефективної маркетингової діяльності.

	Інструменти та обладнання: сучасні універсальні та спеціалізовані інформаційні системи і програмні продукти, необхідні для прийняття та імплементації маркетингових управлінських рішень.
<i>Орієнтація освітньої програми</i>	Освітньо-професійна програма зорієнтована на здобуття студентами теоретико-методичних знань, вмінь та професійних навичок у сфері маркетингового управління та підготовку відповідних фахівців, які в процесі стратегічного мислення здатні комплексно приймати ефективні маркетингові рішення для розвитку підприємств та імплементувати інноваційні напрями для підвищення його рівня конкурентоспроможності.
<i>Основний фокус освітньої програми та спеціалізації</i>	Професійна підготовка магістрів за спеціальністю «Маркетинг» сфокусована на отримання глибоких знань та практичних навичок щодо формування здатності здійснювати маркетингову, адміністративну, аналітичну, проектну та дослідницьку діяльність із використанням сучасних інноваційних підходів, технологій і методів управління маркетинговою діяльністю на підприємствах та в організаціях різних галузей економіки. <i>Ключові слова:</i> маркетинговий менеджмент, рекламний менеджмент, стратегічний маркетинг, міжнародний маркетинг, соціальна відповідальність бізнесу, екологічний маркетинг, товарна інноваційна політика, логістичний менеджмент, конкурентоспроможність підприємств
<i>Особливості програми</i>	Унікальність освітньої програми полягає в тому, що вона спрямована на підготовку висококваліфікованих фахівців, що володітимуть знаннями та професійними компетентностями щодо управління маркетинговою діяльністю на підприємствах різних галузей, зважаючи на стратегічний розвиток регіону та забезпечення високого рівня його конкурентоспроможності в умовах воєнного та повоєнного стану. Навчальні дисципліни, що пропонуються студенту за вибором, розширюють можливості оволодіння професійними компетентностями, для ефективного управління сучасними підприємствами, компаніями та організаціями в умовах воєнного та повоєнного стану
4-Придатність випускників до працевлаштування та подальшого навчання	
<i>Придатність до працевлаштування</i>	Можливе працевлаштування в організаціях різних організаційно-правових форм на посадах керівників організацій та їх структурних підрозділів. Професії (згідно з чинною редакцією Національного класифікатора України: Класифікатор професій (ДК 003:2010): консультант з маркетингу; фахівець із стандартизації, сертифікації та якості; фахівець-аналітик з дослідження ринків; економіст з інтернет-маркетингу; менеджер (управитель) із комунікаційних технологій; менеджер (управитель) з логістики; менеджер (управитель) зі збуту; менеджер (управитель) із зв'язків з громадськістю; менеджер (управитель) із реклами; директор з маркетингу; начальник комерційного відділу; фахівець із зв'язків з громадськістю та пресою; фахівець-аналітик з дослідження товарного ринку; консультант з маркетингу; фахівець з методів розширення ринку збуту (маркетолог); фахівець з закупівель; наукові співробітники в сфері маркетингу по питанням інтелектуальної власності, маркетингу, посадові особи місцевого самоврядування та місцевої влади.
<i>Подальше навчання</i>	Мають право продовжити навчання на третьому (освітньо-науковому) рівні вищої освіти – доктора філософії. Набуття додаткових кваліфікацій в системі післядипломної освіти.
5-Викладання та оцінювання	
<i>Викладання та навчання</i>	Освітній процес базується на засадах студентоцентрованого, інтерактивного та проблемно-орієнтованого навчання, академічної свободи та добросовісності, науковості та інновативності, ініціативного самонавчання та навчання в процесі проходження практики. Комбінація лекцій, практичних занять із розв'язанням ситуаційних завдань та використанням кейс методів, ділових ігор, тренінгів, що розвивають

	креативні та лідерські навички та навички працювати в команді. Самостійна робота з можливістю консультацій з викладачем, індивідуальні заняття, групова робота, практика та виконання кваліфікаційної роботи магістра.
<i>Оцінювання</i>	<p>Накопичувальна бально-рейтингова система, що передбачає оцінювання студентів за усі види аудиторної та позааудиторної навчальної діяльності, спрямованої на опанування навчального навантаження з освітньої програми: поточний контроль, модульний контроль (складається з поточного контролю та модульного контролю), підсумковий контроль. Підсумковий контроль включає семестровий контроль (захист практики - диференційований залік з фахової практики) та атестацію здобувачів освіти (кваліфікаційна робота із захистом в ЕК). Підсумкове оцінювання знань відбувається на засадах студентоорієнтованого особистісного підходу з використанням сучасних методик і практик.</p> <p>Оцінювання знань здобувачів вищої освіти відбувається згідно з Положенням про організацію освітнього процесу в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/31357, Положення про порядок та методику проведення семестрових (курсівих) екзаменів і заліків в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5952, Положення про атестацію здобувачів вищої освіти та екзаменаційну комісію у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/11070 з дотриманням норм академічної доброчесності відповідно до Положення про академічну доброчесність в Ужгородському національному університеті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/12223.</p> <p>Перезарахування кредитів відбувається на основі Положення про визнання (перезарахування) кредитів ЄКТС для учасників програм академічної мобільності у Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/20131.</p> <p>Процедура оцінювання здобувачів вищої освіти також враховує результати неформальної освіти згідно Положення про порядок визнання Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» результатів навчання, здобутих у неформальній освіті https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22966.</p> <p>Наявна чітка процедура розгляду апеляцій здобувачів вищої освіти, яка описана в Положенні про порядок застосування заходів з врегулювання конфліктів та спорів (суперечок) у діяльності співробітників та здобувачів вищої освіти в Державного вищого навчального закладу «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22964 та Положенні про порядок оскарження результатів (апеляція) оцінювання в Державному вищому навчальному закладі «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/22967</p>
6-Програмні компетентності	
<i>Інтегральна компетентність</i>	Здатність розв'язувати складні задачі і проблеми в сфері маркетингу в професійній діяльності або у процесі навчання, що передбачає проведення досліджень та/або здійснення інновацій та характеризується невизначеністю умов і вимог.
<i>Загальні компетентності (ЗК)</i>	<p>ЗК1. Здатність приймати обґрунтовані рішення.</p> <p>ЗК2. Здатність генерувати нові ідеї (креативність).</p> <p>ЗК3. Здатність оцінювати та забезпечувати якість виконуваних робіт.</p> <p>ЗК4. Здатність до адаптації та дії в новій ситуації.</p> <p>ЗК5. Навички міжособистісної взаємодії.</p>

	<p>ЗК6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.</p> <p>ЗК7. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.</p> <p>ЗК8. Здатність розробляти проекти та управляти ними.</p>
<p><i>Спеціальні (фахові) компетентності (СК)</i></p>	<p>СК1. Здатність логічно і послідовно відтворювати та застосовувати знання з найновіших теорій, методів і практичних прийомів маркетингу.</p> <p>СК2. Здатність коректно інтерпретувати результати останніх теоретичних досліджень у сфері маркетингу та практики їх застосування.</p> <p>СК3. Здатність до проведення самостійних досліджень та інтерпретації їх результатів у сфері маркетингу.</p> <p>СК4. Здатність застосовувати творчий підхід до роботи за фахом.</p> <p>СК5. Здатність до діагностування маркетингової діяльності ринкового суб'єкта, здійснення маркетингового аналізу та прогнозування.</p> <p>СК6. Здатність обирати і застосовувати ефективні засоби управління маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта на рівні організації, підрозділу, групи, мережі.</p> <p>СК7. Здатність розробляти і аналізувати маркетингову стратегію ринкового суб'єкта та шляхи її реалізації з урахуванням міжфункціональних зв'язків.</p> <p>СК8. Здатність формувати систему маркетингу ринкового суб'єкта та оцінювати результативність і ефективність її функціонування.</p> <p>СК9. Здатність здійснювати на належному рівні теоретичні та прикладні дослідження у сфері маркетингу.</p>
<p>7-Програмні результати навчання</p>	
<p>ПРН1. Знати і вміти застосовувати у практичній діяльності сучасні принципи, теорії, методи і практичні прийоми маркетингу.</p> <p>ПРН2. Вміти адаптовувати і застосовувати нові досягнення в теорії та практиці маркетингу для досягнення конкретних цілей і вирішення задач ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН3. Планувати і здійснювати власні дослідження у сфері маркетингу, аналізувати його результати і обґрунтовувати ухвалення ефективних маркетингових рішень в умовах невизначеності.</p> <p>ПРН4. Вміти розробляти стратегію і тактику маркетингової діяльності з урахуванням крос-функціонального характеру її реалізації.</p> <p>ПРН5. Презентувати та обговорювати результати наукових і прикладних досліджень, маркетингових проектів державною та іноземною мовами.</p> <p>ПРН 6. Вміти підвищувати ефективність маркетингової діяльності ринкового суб'єкта на різних рівнях управління, розробляти проекти у сфері маркетингу та управляти ними.</p> <p>ПРН7. Вміти формувати і вдосконалювати систему маркетингу ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН8. Використовувати методи міжособистісної комунікації в ході вирішення колективних задач, ведення переговорів, наукових дискусій у сфері маркетингу.</p> <p>ПРН9. Розуміти сутність та особливості застосування маркетингових інструментів у процесі прийняття маркетингових рішень.</p> <p>ПРН10. Обґрунтовувати маркетингові рішення на рівні ринкового суб'єкта із застосуванням сучасних управлінських принципів, підходів, методів, прийомів.</p> <p>ПРН11. Використовувати методи маркетингового стратегічного аналізу та інтерпретувати його результати з метою вдосконалення маркетингової діяльності ринкового суб'єкта.</p> <p>ПРН12. Здійснювати діагностування та стратегічне й оперативне управління маркетингом задля розробки та реалізації маркетингових стратегій, проектів і програм.</p> <p>ПРН13. Керувати маркетинговою діяльністю ринкового суб'єкта, а також його підрозділів, груп і мереж, визначати критерії та показники її оцінювання.</p> <p>ПРН14. Формувати маркетингову систему взаємодії, будувати довгострокові взаємовигідні відносини з іншими суб'єктами ринку.</p> <p>ПРН15. Збирати необхідні дані з різних джерел, обробляти і аналізувати їх результати із застосуванням сучасних методів та спеціалізованого програмного забезпечення.</p>	

8-Ресурсне забезпечення реалізації програми

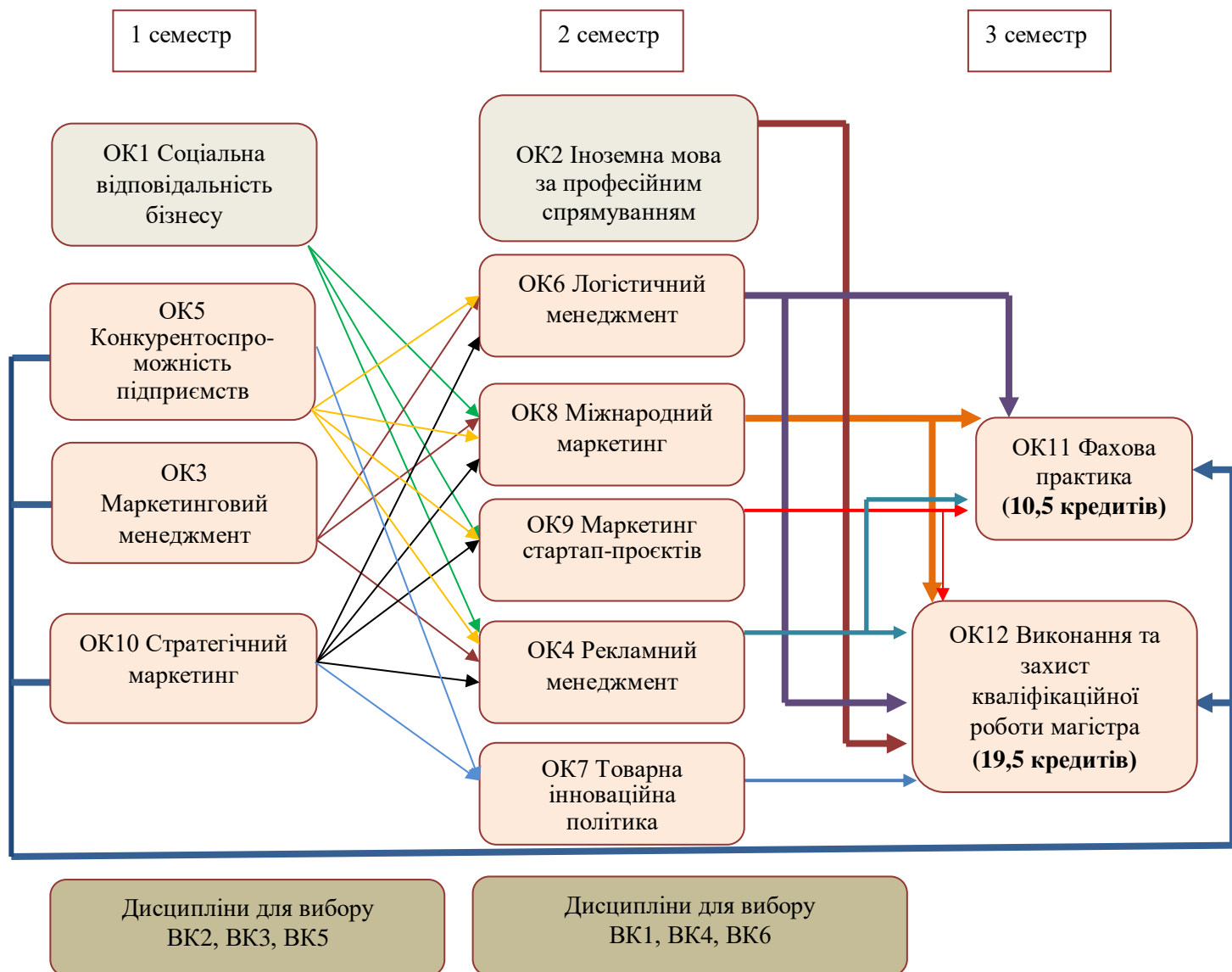
<i>Кадрове забезпечення</i>	Склад робочої групи освітньо-професійної програми, професорсько-викладацький склад, що задіяний до викладання освітніх компонент за спеціальністю відповідають Ліцензійним умовам провадження освітньої діяльності на другому (магістерському) рівні вищої освіти (Постанова Кабінету Міністрів України від 30 грудня 2015 р. № 1187 з відповідними змінами та доповненнями - https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text). Професорсько-викладацький склад постійно проходить стажування згідно Положення про підвищення кваліфікації та стажування педагогічних та науково-педагогічних працівників ДВНЗ «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/5950 Якісний рівень професійної підготовки магістрів забезпечується кваліфікованим науково-педагогічним складом кафедри, до якого входять доктори та кандидати наук, професори, доценти.
<i>Матеріально – технічне забезпечення</i>	Здобувачі вищої освіти забезпечені, в повній мірі, всіма необхідними навчальними приміщеннями, комп'ютерними робочими місцями, мультимедійним обладнанням, що відповідає потребам. Наявною є вся необхідна соціально-побутова інфраструктура. Для підготовки здобувачів вищої освіти використовуються сучасні інформаційно-комунікаційні технології, завдяки яким студенти мають можливість підвищувати свій професійний рівень, займатися науковими дослідженнями. Навчально-методичне забезпечення освітньої програми гарантує досягнення визначених ОП цілей та програмних результатів
<i>Інформаційне та навчально-методичне забезпечення</i>	<ul style="list-style-type: none">– офіційний веб-сайт http://www.uzhnu.edu.ua містить інформацію про освітні програми, навчальну, наукову і виховну діяльність, структурні підрозділи, правила прийому, контакти;– необмежений доступ до мережі Інтернет; – фонди та електронних каталогів наукової бібліотеки ДВНЗ «УжНУ», а також до електронного репозитарію ДВНЗ «УжНУ» (https://dspace.uzhnu.edu.ua/jsui/) де містяться навчально-методичні матеріали з дисциплін навчального плану;– наукова бібліотека, читальні зали;– віртуальне навчальне середовище Moodle (https://moodle.uzhnu.edu.ua/)
9 - Академічна мобільність	
<i>Національна кредитна мобільність</i>	Академічна мобільність студентів здійснюється на основі двосторонніх угод, укладених між ДВНЗ «Ужгородським національним університетом» та закладами вищої освіти України.
<i>Міжнародна кредитна мобільність</i>	Відповідно до Положення про академічну мобільність студентів у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/21269 , встановлено загальний порядок організації академічної мобільності студентів. Здійснюється згідно програми міжнародної академічної мобільності «Еразмус +»
<i>Навчання іноземних здобувачів вищої освіти</i>	До ДВНЗ «УжНУ» приймаються іноземні громадяни, а також особи без громадянства, які проживають на території України на законних підставах. Особливості вступу та навчання визначаються Положенням про навчання іноземних громадян у ДВНЗ «Ужгородський національний університет» https://www.uzhnu.edu.ua/uk/infocentre/get/9378

2. Перелік компонент освітньо-професійної програми та їх логічна послідовність

2.1. Перелік компонент ОП (частина навчального плану)

Код н/д	Компонент освітньої програми (навчальні дисципліни, курсові проекти (роботи), практики, кваліфікаційна робота)	Кількість кредитів	Форма підсумкового контролю
1	2	3	4
1. Обов'язкові компоненти (ОК)			
<i>1.1. Цикл загальної підготовки</i>			
ОК1	Соціальна відповідальність бізнесу	4	екзамен
ОК2	Іноземна мова за професійним спрямуванням	3	залік
	Всього за цикл:	7	
<i>1.2. Цикл професійної підготовки</i>			
ОК3	Маркетинговий менеджмент	4	екзамен
ОК4	Рекламний менеджмент	4	екзамен
ОК5	Конкурентоспроможність підприємств	3	залік
ОК6	Логістичний менеджмент	4	екзамен
ОК7	Товарна інноваційна політика	4	екзамен
ОК8	Міжнародний маркетинг	3	екзамен
ОК9	Маркетинг стартап-проектів	4	екзамен
ОК10	Стратегічний маркетинг	4	екзамен
ОК11	Фахова практика (виробнича)	10,5	диф.залік
ОК12	Виконання і захист магістерської кваліфікаційної роботи	19,5	захист
	Всього за цикл:	60	
	Всього:	67	
2. Вибіркові компоненти (ВК)			
<i>2.1. ЦИКЛ ЗАГАЛЬНОЇ ПІДГОТОВКИ</i>			
ВК1	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК2	Вибіркова дисципліна із загальноуніверситетського каталогу	3	залік
<i>2.2. ЦИКЛ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ</i>			
ВК3	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК4	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК5	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
ВК6	Вибіркова дисципліна із кафедрального каталогу	4	залік
	Всього	23	
	Загальна обсяг освітньої програми	90	

2.2. Структурно-логічна схема освітньо - професійної програми



3. Форма атестації здобувачів вищої освіти

Атестація випускників освітньо-професійної програми «Маркетинг» спеціальності 075 «Маркетинг» проводиться у формі захисту кваліфікаційної роботи магістра.

Кваліфікаційна робота має передбачати розв'язання складного спеціалізованого завдання або проблеми у сфері сучасного маркетингу, що передбачають проведення досліджень та/або здійснення інновацій і характеризуються невизначеністю умов і вимог.

Кваліфікаційна робота не повинна містити академічного плагіату, у тому числі некоректних текстових запозичень, фабрикації та фальсифікації результатів.

Деталізація вимог до проведення захисту кваліфікаційної роботи регламентується внутрішніми документами й положеннями вищого навчального закладу.

Кваліфікаційна робота має бути оприлюднена на офіційному сайті закладу вищої освіти, його підрозділу або розміщена в його репозитарії.

Атестація завершується видачею документу встановленого зразка про присудження здобувачу ступеня магістра із присвоєнням кваліфікації: магістр маркетингу.

Атестація здійснюється відкрито і публічно.

**4. Матриця відповідності програмних компетентностей
компонентам освітньої програми**

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12
ЗК1			+		+	+	+	+	+	+		
ЗК2		+	+	+		+	+	+	+		+	+
ЗК3	+					+					+	
ЗК4	+		+		+						+	
ЗК5		+				+		+			+	
ЗК6	+		+		+		+		+		+	+
ЗК7			+							+		
ЗК8	+		+	+		+			+	+		+
СК1	+		+	+	+	+	+			+		+
СК2	+		+				+	+				+
СК3	+	+	+	+	+		+	+	+	+	+	+
СК4			+	+			+		+			
СК5			+		+	+	+	+		+	+	+
СК6			+	+		+		+	+	+		+
СК7					+			+		+	+	+
СК8			+	+	+	+		+	+	+		+
СК9	+			+								+

**5. Матриця забезпечення програмних результатів навчання (ПРН) відповідними
компонентами освітньої програми**

	OK1	OK2	OK3	OK4	OK5	OK6	OK7	OK8	OK9	OK10	OK11	OK12
ПРН1	+		+	+			+	+		+		+
ПРН 2	+		+								+	+
ПРН 3	+		+	+	+		+	+		+	+	+
ПРН 4					+					+	+	+
ПРН 5	+										+	+
ПРН 6	+		+			+	+		+		+	+
ПРН 7			+	+				+	+			+
ПРН 8		+										+
ПРН9		+	+					+		+	+	+
ПРН10					+	+	+					+
ПРН11	+				+	+		+		+		+
ПРН12	+		+	+	+	+	+		+	+	+	+
ПРН13			+					+		+	+	+
ПРН14		+				+		+	+			+
ПРН15	+			+	+	+				+		+